

TREND PARIWISATA HALAL KOREA SELATAN

Demeiati Nur Kusumaningrum¹, Aulia Mawaddah Fairuz², Erima Puspita Putri³, Erdina Putri Amalia⁴

¹Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang - Malang

²³Indonesia International Studies Academic Utilization Community (IISAUC) – Malang

⁴Center for Intermestic Studies (CIS), Lab. Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang

Alamat Korespondensi : Jl. Raya Tlogomas No.246, Telp. 0341-464318

E-mail: ¹demeiati.nk@umm.ac.id, ²auliamfairuz@gmail.com ³erimaputri@gmail.com ⁴ep.amalia@gmail.com

Abstrak

Pariwisata Halal adalah konsep pengembangan destinasi wisata yang memberikan fasilitas dan kenyamanan pada masyarakat beragama Muslim tanpa mendiskriminasi wisatawan non-muslim. Penelitian ini bertujuan menjelaskan latar belakang kepentingan Korea Selatan menerapkan kebijakan pariwisata ramah muslim di tengah protes kalangan gereja. Topik ini akan dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan penalaran deduktif. Data primer didapatkan melalui analisis teks laporan pemerintah Korea Selatan, lembaga negara yang bertugas mengembangkan sektor pariwisata, dan bertanggungjawab pada sertifikasi halal. Data sekunder didapatkan dari telaah pustaka yang bersumber dari publikasi data kuantitatif perdagangan Korea Selatan dan literatur penelitian yang merujuk pada pembangunan serta hubungan internasional Korea Selatan. Dengan mengaplikasikan pendekatan politik ekonomi internasional dan konsep *soft power*, hasil penelitian menunjukkan kepentingan Korea Selatan membangun citra negara ramah muslim dengan mempertimbangkan 1) peningkatan pendapatan masyarakat dan investasi, 2) mencari alternatif pengembangan pasar domestik agar tidak tergantung kepada Cina sebagai tujuan ekspor, dan 3) memperkuat kerjasama dan hubungan diplomatik dengan negara-negara non-tradisional

Kata kunci: halal, kebijakan, Korea Selatan, muslim, pariwisata

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang menyumbang pendapatan nasional. Menurut data UNESCO (n.d.), pendapatan pariwisata meningkat 25% dari tahun 1995 hingga 2005 dan hampir menguasai 10% dari aktifitas perekonomian dunia. Bagi negara-negara berkembang, industri pariwisata menempati peringkat ke 6 pendapatan nasional di bawah nilai perdagangan sektor energi fosil, perangkat telekomunikasi, peralatan komputer, otomotif, dan pertanian [1]. Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), kedatangan turis internasional tumbuh 4,6% pada tahun 2015 sebesar 1.184 juta orang. Lebih jauh, data tahun 2015 menunjukkan angka pendapatan ekspor pariwisata internasional sebesar 1,5 triliun dollar Amerika Serikat [2]. UNWTO mendefinisikan pariwisata sebagai sebuah kegiatan berpergian santai, bisnis, atau tujuan lainnya yang dilakukan seseorang dengan berpergian dan tinggal sementara di tempat-tempat luar dari negara asalnya kurang dari satu tahun [3]. Pariwisata dapat dibagi menjadi dua kategori, wisata domestik dan internasional. Dikatakan wisata domestik apabila penduduk lokal melakukan perjalanan masih dalam kawasan negaranya sendiri. Sedangkan wisata internasional terjadi apabila perjalanan melibatkan dua atau lebih negara. Beberapa negara memiliki istilah lain yang menjelaskan kategori di atas, yakni wisata outbound dan inbound. Wisata outbound adalah perjalanan yang dilakukan warga negaranya ke negara lain, sedangkan wisata inbound adalah perjalanan yang dilakukan oleh penduduk negara lain untuk mengunjungi negaranya [4].

Berbagai model pengembangan pariwisata diperkenalkan di seluruh dunia dengan mengacu pada tujuan peningkatan kesejahteraan masyarakat, salah satunya konsep pariwisata halal. Islam bukan sekedar sebuah agama, namun Islam juga merupakan sebuah cara hidup yang mengatur setiap aspek kehidupan pengikutnya melalui protokol-protokol, aturan, dan tata karma yang sudah tercantum dan tersusun sedemikian rapinya dalam Al-Qur'an dan Hadist [5]. Salah satu istilah

tentang peraturan dalam Islam adalah halal. Istilah halal dalam Islam merujuk pada tindakan atau benda yang diperbolehkan untuk dilakukan, gunakan, atau dikonsumsi menurut ajaran Islam atau hukum Syariah [3][5]. Faruki dalam Battour menggolongkan halal dalam salah satu dari lima tindakan yang menjadi indikator tindakan manusia, yakni fardu (wajib), halal (dibolehkan), mustahabb (dianjurkan), makruh (tidak disarankan), dan haram (dilarang) [3]. Konsep halal dalam Islam dapat diaplikasikan di berbagai aspek kehidupan, seperti makanan dan minuman, pergaulan, obat-obatan, ekonomi, pekerjaan, hingga pariwisata. Dalam konteks menjalankan wisata ke sebuah kota ataupun negara, orang Muslim diminta untuk tetap menghormati nilai-nilai pokok ajaran Islam [6].

Berdasarkan penjelasan halal dan pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal adalah sebuah kegiatan perjalanan yang memiliki dan menghormati nilai-nilai pokok ajaran Islam. Halal di sini mengacu pada kegiatan dalam pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam [3]. Pariwisata halal ini hadir untuk memadukan nilai-nilai agama Islam dalam model pariwisata modern yang lebih didominasi oleh nilai-nilai Barat yang sangat bertentangan dengan gaya hidup masyarakat Muslim [6]. Namun dalam penjelasan di atas, tidak ditemukan klaim mengenai lokasi ideal ataupun batasan pariwisata halal, maka dari itu pariwisata halal dapat dilakukan di negara Muslim maupun non-Muslim selama jasa dan produknya dirancang untuk memenuhi kebutuhan pokok wisatawan Muslim [6].

Beberapa negara telah menerapkan konsep pariwisata halal yaitu Malaysia, Thailand, Indonesia, dan Singapura. Dalam tulisan Muhammad Khalilur Rahman Jyang berjudul “Motivating Factors of Islamic Tourist’s Destination Loyalty: An Empirical Investigation in Malaysia” dijelaskan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan dan tujuan dari wisatawan Muslim yang mendatangi Malaysia. Melihat industri pariwisata menjadi salah satu sektor jasa yang paling penting dan memberikan dampak signifikan terhadap penghasilan dan perkembangan ekonomi Malaysia maka dari itu kepuasan wisatawan merupakan alat ukur yang begitu penting dan fundamental. Hasil dari penelitian Rahman adalah atribut Islam, serta atribut tujuan liburan dan kualitas layanan merupakan faktor utama wisatawan Islam yang kerap melakukan kunjungan ke Malaysia. Selain itu faktor tambahan lainnya adalah keramahan dan kemampuan dalam berkomunikasi dengan masyarakat setempat dan banyak macam makanan lokal yang halal [7].

Judul kedua menarik adalah “Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim” oleh Piangpis Sriprasert dkk. Penelitian ini berusaha memberikan penjelasan dan gambaran kepada pemerintah Thailand serta masyarakat internasional akan pengetahuan dasar untuk memenuhi kebutuhan dan perilaku wisatawan Muslim di Thailand. Ketika sudah memiliki pengetahuan dasar ini diharapkan pemerintah dapat mengembangkan, mempromosikan, serta menjual produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Hasil dari penelitian ini adalah diperlukan perhatian pemerintah terhadap kebersihan kota, kebutuhan wisatawan Muslim akan stiker penempatan Kiblat, tanda Halal berupa stiker di restoran, dan akses untuk melakukan ibadah.

Di Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di Asia, pariwisata halal menjadi sebuah kebutuhan. Ikhsan Arby [8] dari Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat menjelaskan definisi Wisata Syariah atau Halal Toursim adalah “salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan Muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan Syariah”.

Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita. Peluncuran wisata syariah bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 & Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober-2 November 2013. Peluncuran ini dilakukan oleh Esthy Reko Astuti, Dirjen Pemasaran Pariwisata Kemenparekraf. Kemenparekraf menetapkan sembilan destinasi wisata syariah di Indonesia. Sembilan destinasi tersebut, di antaranya Sumatera Barat, Riau, Lampung, Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Timur, Lombok, dan Makassar. Diharapkan, dengan di luncurkannya wisata syariah ini dapat menjadikan Indonesia destinasi yang ramah bagi turis Muslim. Bukan hanya destinasi wisata, fasilitas yang menunjangnya harus sesuai standar halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) [8].

Sebagai contoh dalam mengembangkan konsep pariwisata halal di Indonesia, Kementerian Pariwisata mengadakan kompetisi Pariwisata Halal Nasional setiap tahun yang ditujukan untuk seluruh sektor bisnis/badan usaha, destinasi wisata, dan bandara di Indonesia yang akan memenangkan 14 kategori ‘Anugrah Pariwisata Halal’ [9]. Upaya Indonesia ini merupakan representasi kepentingan negara untuk mengejar ketertinggalan dengan Malaysia sebagai sesama negara ASEAN. Malaysia telah membangun konsep wisata syariah sejak tahun 2006. Di Malaysia, Direktorat Jenderal Wisata Syariah dibentuk tahun 2009 sebagai lembaga yang bertanggungjawab membuat program wisata syariah mereka lebih terpadu dan terkoordinasi. Malaysia dinobatkan sebagai bagian dari 3 besar negara tujuan wisata syariah dunia bersama dengan Turki dan Uni Emirat Arab. Di Indonesia tahun 2012, baru terdapat dua hotel yang mendapatkan sertifikat atau rekomendasi dari DSN. Sementara, Malaysia telah memiliki 273 hotel bintang 3-5, 53 hotel bintang 1 dan 2 yang bersertifikat halal dari majelis ulama setempat [8].

Terletak di Asia Timur dengan ibukota Seoul, Korea Selatan tercatat sebagai salah satu negara maju yang menandai kebangkitan ekonomi negara-negara Asia –‘Asian Miracles’ (NIEs). Media massa mencatat [10] perkembangan pariwisata Korea Selatan yang ramah muslim. Hongdae, Cheongdam, dan Gangnam merupakan beberapa daerah yang cukup mengemuka sebagai destinasi wisata muslim. Pada ketiga daerah tersebut banyak bermunculan restoran bersertifikat halal dan pusat perbelanjaan yang dilengkapi dengan tempat ibadah yang memudahkan wisatawan mengerjakan shalat. Selain itu, Korea Selatan juga mengenalkan aplikasi digital bernama “Halal Korea”. Aplikasi ini didesain untuk memudahkan wisatawan muslim yang berkunjung ke Korea. Aplikasi ini menyediakan beberapa fitur antara lain Salah, Qibla, Travel, Community, Scans, Restaurant, dan Market. Pada fitur ‘Salah’, pengunjung dapat mengetahui informasi tentang waktu salat dan dengan bantuan *google maps*, fitur ini mampu menunjukkan lokasi masjid terdekat. Kelebihan fitur ‘Salah’ adalah wisatawan dapat mendengarkan lantunan ayat suci Alquran dengan lengkap. Aplikasi “Halal Korea” memungkinkan wisatawan bertemu dengan sesama wisatawan Muslim lain yang juga sedang berkunjung ke Korea melalui fitur ‘Community’.

Namun organisasi Kristen di Seoul sempat melakukan demonstrasi menolak kebijakan ramah muslim pemerintah Korea Selatan, termasuk menyediakan sertifikasi halal bagi restoran-restoran lokal. Hal ini disampaikan sebagai antisipasi menguatnya pengaruh Islam di Korea Selatan yang masih diidentikkan dengan terorisme [36]. Dengan demikian, tulisan ini bertujuan menggambarkan latar belakang kepentingan pemerintah Korea Selatan menerapkan kebijakan wisata ramah muslim di tengah penolakan kelompok masyarakat lokal (organisasi Kristen).

2. METODE

Unit analisis dalam tulisan ini berfokus pada kebijakan Korea Selatan dalam menerapkan konsep pariwisata halal. Unit eksplanasi dalam penelitian ini bertujuan menjelaskan kepentingan negara yang dipengaruhi oleh faktor internal (domestik) dan eksternal (situasi internasional) menggunakan pendekatan politik ekonomi yang merujuk pada konsep ‘soft power’. Tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan penalaran deduktif, di mana penulis akan membuktikan kebijakan kedua negara sebagai bagian dari instrumen politik untuk mewujudkan kepentingan nasional dalam peningkatan pendapatan dan pembangunan citra positif sebagai negara ramah muslim.

Data diperoleh melalui telaah pustaka dan analisis konten yang berasal dari naskah publikasi/laporan pemerintah, website pemerintah, portal resmi organisasi internasional, jurnal ilmiah, dan artikel media massa yang relevan dengan topik kajian. Teknik analisis tentang kebijakan pariwisata halal Korea Selatan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut. Pertama, peneliti menelusuri informasi yang bersumber dari media cetak dan elektronik dan literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal. Kedua, mengumpulkan data berupa kebijakan pemerintah Korea Selatan tentang pariwisata halal dan perkembangannya. Ketiga, melakukan analisis dengan mendeskripsikan dan menafsirkan data. Secara khusus, studi tentang kepentingan fasilitasi pariwisata halal Korea Selatan sebagai bagian dari instrumen ekonomi-politik secara metodologis akan diuraikan berdasarkan konsep ‘soft power’. Keempat, membuat kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan.

Citra Negara Ramah Muslim sebagai Soft Power Korea

Dalam studi hubungan internasional, Joseph S. Nye, Jr. mengenalkan kita pada elemen-elemen yang menjadi sumber daya kekuasaan yang baru –*soft power*. Menurut Nye, Jr [11], “*The soft power of a country rest primarily on three resources: its culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority)*”. Melalui pandangan Nye, Jr tersebut, tulisan ini meyakini pemerintah Korea melalui kebijakan wisata ramah muslim telah melekatkan nilai-nilai sosial-budaya dan citra nasional sebagai bentuk diplomasi ekonomi.

Lebih jauh, Kenneth W. Thompson dan Roy C. Macridis [12] dalam karyanya ‘*Foreign Policy in World Politics*’ merekomendasikan pendekatan analitis sebagai tinjauan teoritis dalam menganalisis kebijakan luar negeri: “*at the heart of this viewpoint is the proposition that policy rest on multiple determinants, including the state’s historic tradition, geographical location, national interest, and purposes and security needs.*” Berdasarkan ‘the analytical approach of foreign policy’ penulis memahami kepentingan pemerintah Korea yang meliputi aspek ekonomi dan keamanan dicapai melalui strategi pencitraan ‘negara ramah muslim’.

R.P. Barston [13] dalam ‘*Modern Diplomacy*’ menjelaskan kesalinghubungan tiga variabel ‘*trade, foreign policy, and diplomacy*’ di mana kepentingan perdagangan menjadi salah satu tujuan utama diplomasi negara-negara. Kebijakan luar negeri harus sejalan dengan kepentingan negara dalam mengambil keuntungan dari situasi perdagangan internasional, sehingga melalui strategi diplomasi diharapkan negara mampu menarik minat pihak mitra untuk berinvestasi dan mengembangkan kerja sama ekonomi yang saling menguntungkan. Barston mengemukakan terdapat 4 (empat) peran penting diplomasi dalam area perdagangan internasional: a) perubahan kesepakatan/pembuatan kebijakan multilateral, b) pembentukan/inisiasi *setting* politik atau kerangka hukum yang memfasilitasi/menguntungkan di tingkat bilateral atau regional, c) instrumen resolusi konflik, dan d) mengakomodasi perbaharuan perjanjian-perjanjian yang lebih inovatif. Kerangka analisis dari Barston tersebut digunakan untuk menjelaskan alasan sikap Korea dalam mencitrakan negara ramah muslim sebagai upaya diplomatik/ strategi politik luar negeri untuk menjalin kerjasama yang lebih erat dengan negara-negara Islam atau negara-negara berpenduduk muslim mayoritas. Hal ini ditujukan bagi perluasan kerjasama dengan mitra perdagangan non-tradisional.

Robert Gilpin [30] dalam ‘*Global Political Economy Understanding the International Economic Order*’ sepakat bahwa pemerintah pusat memegang kendali atas kepentingan perekonomian dalam negeri. “*National system of political economy refer to domestic structures and institutions that influence economic activities. The principal purposes of every national economy shape the defining characteristics of each system; these purposes may range from promotion of consumer welfare to creation and expansion of national power*”. Walaupun mereka percaya bahwa tata perekonomian moderen dipengaruhi oleh korporasi dan kelompok kepentingan namun pemerintah menjadi determinan penting membentuk aturan-aturan dan sistem kelembagaan yang mengatur pasar. Tanpa menafikkan kehidupan globalisasi di mana interaksi ekonomi melintasi teritorial negara, pemerintah akan memanfaatkan sebesar-besarnya pasar dan melakukan intervensi demi menguntungkan masyarakat dan negara. Bahkan pemerintah dapat menggunakan kekuasaannya untuk mempengaruhi mekanisme pasar.

Dengan kerangka analisis tersebut, tulisan ini berargumentasi bahwa dibangunnya konsep pariwisata ramah muslim atau wisata halal Korea merupakan bentuk dari praktik diplomasi dalam upaya mencapai kepentingan ekonomi dan geopolitik. Pemahaman tersebut merujuk pada 1) pencitraan positif Korea sebagai negara ramah muslim yang bertujuan menguatkan internasionalisasi pariwisata dan pendapatan nasional, 2) pemerintah Korea memperkuat kerjasama yang lebih dekat dengan negara-negara muslim atau negara yang berpenduduk muslim mayoritas sebagai strategi geopolitik di tengah isu terorisme dan konflik keamanan kawasan Asia Timur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

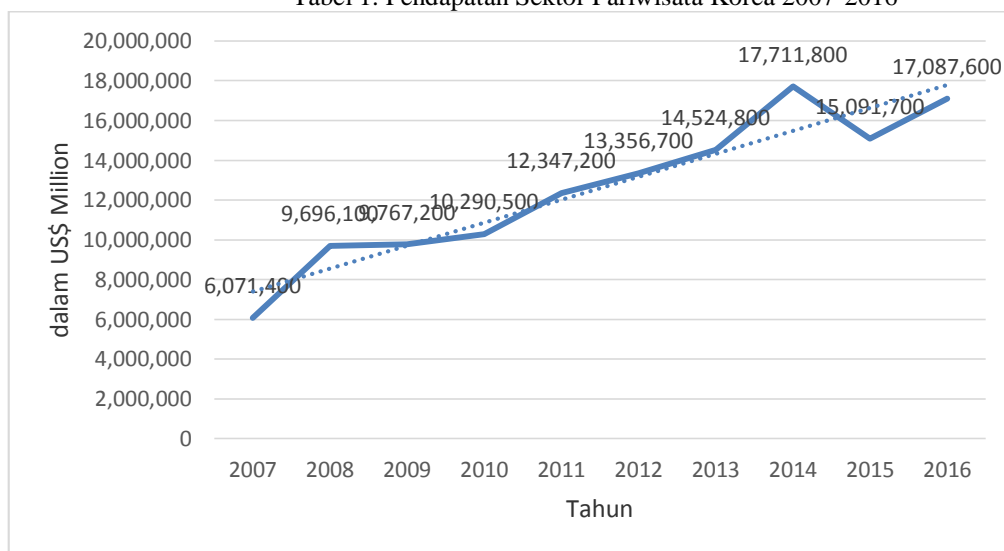
Latar Belakang Politik-Ekonomi Kebijakan Wisata Ramah Muslim Korea

Citra negara ramah muslim muncul setelah pemerintah Korea Selatan sukses mengemuka dengan ‘*hallyu*’. Fenomena ‘*Hallyu Wave*’ atau Korean Wave populer sejak menjamurnya artis-artis

dan barang-barang Korea ke wilayah China pada akhir 1990-an kemudian menyebar ke wilayah Asia Timur, Amerika Serikat, Amerika Latin, Timur Tengah dan beberapa daerah di Eropa [31][32]. Namun Korean Wave pada saat itu dianggap sebagai peristiwa yang tidak terlalu berpengaruh dan akan segera hilang [31]. Hal ini disebabkan pada tahun 2000an akhir popularitas dan minat pasar terhadap drama-drama Korea turun hingga 16,3% [33]. Pada tahun 2009 Korean Wave mulai berkembang lagi dan menunjukkan eksistensinya dengan hiburan yang baru yaitu musik dan lagu-lagu pop [31]. Dinamika tersebut hingga 2017 membuat masyarakat dunia mengenal Korea Selatan melalui berbagai media hiburan seperti film, serial drama hingga musik popnya yang dikenal dengan K-Pop. Produk budaya Korea seolah mampu mempesonakan masyarakat dunia dan diakui sebagai instrumen bagi Korea Selatan untuk memperkenalkan, mempromosikan dan menyebarkan produk-produknya sekaligus menunjukkan citra negara tersebut kepada dunia internasional.

Para penstudi mencoba mengkaji bagaimana Korean Wave, terutama film dan serial drama menjadi sangat digandrungi oleh masyarakat, tidak hanya di Asia tetapi juga Amerika, Eropa hingga Timur Tengah. Salah satu kunci keberhasilan industri film dan drama Korea adalah bagaimana jalan cerita dikemas dengan sangat apik dan solid. Drama maupun film tersebut menggambarkan bagaimana suasana kehidupan masyarakat Korea yang sangat maju, aktor yang tampan, aktris yang cantik, teknologi yang canggih, kehidupan kota yang tidak pernah mati, pemandangan alam yang sejuk, dan yang cerita cinta yang sangat romantis [31] Patut diakui bahwa gambaran cerita dalam drama dan film Korea sangat menarik untuk diikuti. Banyak orang dari seluruh dunia yang kemudian tertarik untuk datang berwisata ke Korea untuk menyaksikan keindahan daerah-daerah yang ada dalam drama Korea dan berinteraksi secara langsung dengan penduduk lokal.

Tabel 1. Pendapatan Sektor Pariwisata Korea 2007-2016



Sumber: Korea Tourism Organization [34]

Hal ini tentu saja selaras dengan tujuan Pemerintah Korea untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing (lihat Tabel 1.). Geliat pariwisata halal yang diupayakan oleh pemerintah nampaknya juga mempengaruhi bagaimana produksi film dan drama dilakukan. Memang belum ada film dan drama yang secara khusus mengisahkan tentang kehidupan umat muslim di Korea Selatan namun lambat laun terdapat adegan-adegan singkat dari beberapa drama yang menunjukkan bahwa warga Korea menerima kehadiran orang Muslim. Seperti pada sebuah drama berjudul ‘Age of Youth Season 2’. Pada episode pertamanya, adegan menunjukkan sekilas dua orang wanita yang memakai niqab berwarna hitam tiba di bandara. Dua wanita tersebut disambut dengan hangat oleh penjemputnya dan diberi kalung bunga sebagai tanda sambutan kedatangan.

Drama lain yang juga sedikit menggambarkan bagaimana warga Korea berinteraksi dengan seorang Muslim adalah drama populer berjudul ‘Descendant of the Sun’. Salah satu adegan menunjukkan seorang dokter laki-laki berusaha memberikan pertolongan pertama kepada seorang wanita Muslim yang mengenakan hijab dengan sangat cekatan tanpa adanya komentar mengenai

agamanya. Setidaknya drama-drama tersebut cukup memberikan gambaran bagaimana pegiat industri kreatif berupaya untuk memberikan gambaran bahwa meskipun mayoritas penduduk Korea bukan beragama Islam tetapi mereka tidak keberatan dengan kehadiran orang-orang Islam. Hal ini juga merupakan sebuah langkah untuk memberikan kenyamanan kepada turis-turis muslim yang ingin berwisata ke Korea. Strategi pemasaran pariwisata halal melalui film dan drama setidaknya bisa dilihat dan diamati meskipun tidak terlalu masif. Hal ini diharapkan mampu menepis isu tentang terorisme di mana pemerintah Korea Selatan mencitrakan negaranya sebagai negara ramah muslim.

Penyelenggaraan industri kepariwisataan tidak serta merta dilakukan oleh pemerintah sendiri. Terdapat pihak-pihak lain di luar pemerintahan yang senantiasa membantu dan mendukung dalam melangsungkan kegiatan kepariwisataan ini. Begitu pula dengan negara Korea Selatan. Negara ini bukanlah negara selayaknya Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim. Sehingga dalam rangka menyukkseskan pariwisata halal maka diperlukan lembaga yang benar-benar berperan penting utamanya dalam hal sertifikasi halal. Adapun lembaga yang membantu tersebut adalah Korean Muslim Federation (KMF) dan Korea Halal Association (KHA).

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) terus berupaya meningkatkan kualitas produk-produk pariwisata halalnya dengan melakukan kerjasama serta koordinasi dengan KMF dan KHA. Mengingat masih banyak masyarakat Korea Selatan yang awam dengan dunia Islam utamanya bagi para pelaku industri pariwisata sehingga peran kedua lembaga tersebut menjadi sangat krusial. Terlebih saat ini industri pariwisata halal sedang mendapatkan sorotan dunia.

Korean Muslim Federation (KMF) merupakan sebuah federasi yang bertanggungjawab dalam pekerjaan sertifikasi halal yang didirikan sejak tahun 1967. Kantornya berlokasi di Hannam-Dong, Yongsan-Gu, dan Seoul. Sertifikasi ini diperlukan untuk memastikan produk-produk pariwisata halal di Korea Selatan benar-benar sesuai dengan syariat Islam [14]. Sertifikasi halal utamanya memperhatikan restoran-restoran yang menyajikan menu-menu khas Korea Selatan. Para wisatawan muslim umumnya khawatir mengenai ketersediaan dan akses makanan halal karena Negeri Ginseng ini terkenal dengan kuliner dari bahan daging babi.

Selain itu, Korea Halal Association (KHA) juga berperan penting dalam industri pariwisata halal Korea Selatan. KHA merupakan sebuah asosiasi di Korea Selatan yang menyediakan layanan sertifikasi, konsultasi, promosi dan berbagai macam kegiatan mengenai industri halal. KHA juga berupaya untuk meningkatkan kesadaran warga dan meluruskan kesalahpahaman tentang industri halal di Korea. Sasaran KHA tidak hanya bagi warga umum saja tetapi juga para pelaku bisnis [15]. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan KHA berupa festival, pameran, maupun konferensi tingkat internasional [16].

KTO mengumumkan bahwa pada tahun 2017 pemerintah menargetkan kunjungan wisatawan muslim sebanyak 1.2 juta kunjungan [17]. Banyaknya jumlah tersebut tentu saja akan memaksa pemerintah untuk menjalin kerjasama yang baik dan kooperatif dengan berbagai kalangan. Sertifikasi halal sangatlah penting guna memastikan kenyamanan kunjungan wisatawan muslim. Dalam hal ini KMF memiliki andil yang besar karena lembaga tersebut memiliki spesifikasi untuk melakukan sertifikasi halal produk-produk makanan. Selain itu kegiatan promosi, konferensi maupun festival yang dilakukan oleh KHA juga dapat menunjang kemajuan industri pariwisata halal Korea Selatan karena kegiatan-kegiatan tersebut melibatkan banyak orang dan memiliki sasaran yang luas pula.

Publik internasional mengenal Korea Selatan sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Kristen. Berdasarkan fakta ini, wisatawan mancanegara (wisman) Korea Selatan yang berasal dari negara mayoritas muslim perlu berhati-hati dalam berbelanja mengingat produk daging babi dan makanan dengan campuran minuman beralkohol merupakan konsumsi sehari-hari masyarakat Korea. Sementara, makanan sejenis alkohol yang memabukkan dan produk olahan yang berasal dari daging babi atau sejenisnya menurut ajaran agama Islam dilarang untuk dikonsumsi. Dengan mempertimbangkan kebutuhan wisman muslim Korea, pemerintah mulai memperkenalkan pariwisata ramah Muslim [18]. Pada tahun 2014, Korea Tourism Organization/KTO mengeluarkan buku panduan makanan halal yang ada di Korea. Buku panduan ini dapat diakses melalui website Visit Korea di mana pada setiap tahun buku panduan tersebut diperbaharui.

Presiden Park menjalin kerja sama dengan pemerintah Uni Emirat Arab dalam pasar makanan halal untuk memperkenalkan produk halal Korea di pasar halal internasional, dan sebagai bentuk

persiapan menghadapi pariwisata ramah muslim yang mulai digalakkan [19]. Sebagai tindak lanjut dari kerja sama tersebut, pemerintah Korea Selatan akan membangun infrastruktur yang mendukung proyek pariwisata ramah muslim, yakni kompleks makanan halal di Iksan. Prospek pariwisata halal Korea diyakini akan berdampak positif pada perekonomian daerah. Hal itu ditunjukkan oleh dukungan dari pemerintah provinsi Gangwon. Gubernur Choi mengeluarkan rencana pembentukan halal town untuk memfasilitasi dan menarik pengunjung Muslim pada acara Pyeongchang Winter Olympics 2018 [20]. KTO juga turut menghadiri pameran pariwisata di Kazakstan. Di kawasan Asia Tenggara, Korea Selatan menjalin kerjasama dengan Malaysia dan Indonesia, dengan membuka kantor cabang dan mengikuti pameran pariwisata ramah muslim yang dilaksanakan setiap tahunnya [17].

Dalam mengakomodasi budaya dan kepercayaan wisatawan dari negara berpenduduk mayoritas Islam tersebut, KTO meningkatkan jumlah restoran halal dari semula sebanyak 135 restoran menjadi 252 [21]. Tercatat 117 restoran halal baru dimana 75% dari restoran ini merupakan restoran yang terletak di daerah pedesaan yang mana diharapkan dapat mengakomodir wisatawan Muslim yang mengunjungi daerah pedesaan [21]. Lebih jauh, KTO meluncurkan acara “Pekan Restoran Halal” sepanjang bulan September dan Oktober tahun 2017 di Seoul yang bertujuan memasarkan makanan-makanan khas Korea yang sudah bersertifikasi halal dan sekaligus sebagai kegiatan promosi budaya dan pariwisata [21,22]. Hal ini berdampak signifikan pada pendapatan sektor pariwisata Korea (lihat Tabel 1).

Pada tahun 2016, pemerintah Korea Selatan bekerjasama KMF merumuskan sistem sertifikasi halal. Hal ini diupayakan sebagai tindak lanjut dari dukungan terhadap restoran-restoran yang telah mendeklarasikan tempatnya sebagai restoran halal [23]. Pemerintah Korea Selatan, melalui Jung Chang So selaku Presiden KTO, menyampaikan bahwa sarana yang dibutuhkan untuk ‘halal tourism’ sudah tersedia dan rencananya akan ditingkatkan jumlahnya di tahun-tahun yang akan datang [24]. Menurut Jung, di Korea terdapat kurang lebih 130 restoran ramah muslim yang tersebar di seluruh provinsi. Restoran tersebut memiliki kategori tersendiri yakni 1) *Halal Certified Restaurant* yang berarti restoran tersebut telah mendapatkan sertifikasi dari Korea Muslim Federation. 2) *Self-certified Halal Restaurant*, dimana pemilik restoran yang mensertifikasi kehalalan dari produk makanan dan minuman yang dijual; 3) *Muslim friendly Restaurant*, yang menyediakan makanan halal namun tetap menjual alkohol; 4) *Muslim Welcome Restaurant*, yang menyajikan sayur-sayuran dan tidak ada makanan dan minuman yang mengandung daging babi; serta 5) *pork-free*, dimana restoran tersebut menjual makanan yang berhubungan dengan daging, namun bukan daging babi. Restoran Salam dan Kervan adalah 2 dari 14 restaurant yang bersertifikat halal secara sah oleh Federasi Muslim Korea. Kebanyakan restaurant di Korea masih berstatus Self-Certified dan Muslim-Welcome [25].

Pemerintah Korea menyadari pentingnya sarana ibadah umat muslim termasuk masjid. Di Korea Selatan terdapat 8 masjid yakni Masjid Pusat Seoul, Masjid Busan, Masjid Gwangju, Masjid Jeonju, Masjid Anyang, Masjid Bupyeong, Masjid Gyeonggi, dan yang terakhir adalah Masjid Ansan. Selain masjid, ada beberapa tempat yang menawarkan fasilitas muslim friendly seperti tempat perbelanjaan (COEX Mall) dan taman bermain (Lotte World) [26]. Untuk bandara, saat ini yang telah menyediakan fasilitas muslim friendly hanyalah Bandara Internasional Incheon dan Bandara Internasional Gimhae. Fasilitas muslim friendly disini merujuk pada ketersediaan tempat untuk beribadah dan adanya restoran yang menjual makanan halal di dalam bandara.

Sektor bisnis sebagai mitra pemerintah turut membantu kesuksesan *branding* Korea ramah muslim. Terdapat kurang lebih 150 perusahaan yang produknya telah mendapatkan sertifikat halal [26]. Korea Selatan yang juga didukung oleh kecepatan teknologi memiliki *digital assistance* sebagai sarana pariwisata halal yang modern. Digital Assistance tersebut berupa aplikasi dalam bahasa Inggris yang dapat membantu turis muslim dalam menemukan fasilitas muslim friendly seperti masjid terdekat, restoran, dsb. Aplikasi ini juga mampu menentukan arah ka’bah dan waktu shalat. Aplikasi ini bahkan dapat mendeteksi barcode di plastic makanan untuk mengetahui apakah makanan yang dijual halal atau tidak [26].

Dengan mempertimbangkan posisi Korea Selatan di Asia Timur, pemerintah perlu memikirkan strategi untuk mempertahankan kesejahteraan masyarakat di tengah isu ketegangan Korea Utara, Tiongkok, dan Amerika Serikat (AS). Pemerintah Korea Selatan harus mencari pilihan

alternatif untuk mengantisipasi penurunan jumlah wisatawan dari Tiongkok sejak adanya boikot yang dilakukan oleh pemerintah Tiongkok terhadap Korea Selatan sebagai bentuk tidak setuju adanya penempatan misil anti-balistik AS di Korea Selatan yang mana dapat mengganggu kepentingan Tiongkok dalam kawasan [17][23].

Mengapa Korea Selatan begitu penting bagi AS? Terdapat faktor keamanan, ekonomi, dan politik sebagai determinan politik luar negeri AS. Pertama, faktor keamanan menentukan keberpihakan AS pada Korea Selatan. Berdasarkan sejarah, terbaginya semenanjung Korea merupakan hasil dari ‘proxy war’ kepentingan Barat dan Timur. Korea menjadi ajang perebutan pengaruh ideologi antara Sosialisme-Uni Sovyet dan Demokrasi Liberal-AS. AS bersikeras membantu Seoul ketika pecah Perang Korea tahun 1950-1953. Pada akhir masa perang tersebut, AS dan Korea Selatan kemudian membentuk pakta pertahanan dan keamanan untuk saling melindungi dari musuh yang diyakini berasal dari Utara.

Bagi keduanya, Korea Utara memiliki kapasitas pengembangan senjata nuklir yang cukup mengkhawatirkan. Tindakan yang dianggap provokatif dan mengancam bagi Pyongyang, dapat memicu ditembakkannya misil sesuai target yang dikehendaki. Sehingga, AS memperkuat pangkalan militernya di Korea Selatan dan mengagendakan latihan militer bersama. Bahkan, pakta pertahanan kedua negara berkembang menjadi Rencana Aliansi Strategis 2015 (SA2015), di mana dalam keadaan perang pasukan militer Korea Selatan akan berintegrasi dengan pasukan militer AS menjadi US-Korea Command.

Kedua, faktor ekonomi merupakan salah satu rasionalisasi ‘Paman Sam’ untuk melindungi ‘Negeri Ginseng’. Berdasarkan strata ekonomi internasional, Korea Selatan merupakan negara berpenghasilan cukup besar. Hal itu terbukti melalui keanggotaannya dalam G-20 dan Organisasi untuk Kerja Sama dan Pengembangan Ekonomi (OECD). Pertumbuhan ekonomi Korea Selatan berkisar 3,9% dengan pendapatan per kapita 30 ribu dollar.

Selain itu, melihat data dari Departemen Perdagangan AS, ketergantungan impor AS dari Korea Selatan hampir mencapai 59 milyar dollar pada tahun 2012. Korea Selatan menjadi mitra dagang AS terbesar ketiga di Asia, setelah China dan Jepang. Didukung oleh pelaksanaan sistem perdagangan bebas kedua negara pada 15 Maret 2012 melalui Korea-US Free Trade Agreement (KORUS FTA), Korea Selatan mampu menduduki peringkat 7 dari 15 mitra dagang strategis AS.

Secara geografis, Korea Selatan terletak di kawasan Asia Timur yang membuat ketergantungan ekonomi Korea kepada negara-negara tetangga seperti Tiongkok dan Jepang yang mempunyai sejarah perang dengan Korea. Politik keamanan Korea Selatan bergantung ke Amerika Serikat sejak tahun 50-an, namun Tiongkok merupakan mitra perdagangan terbesar bagi Korea Selatan (lihat Tabel 2). Dengan kemapanan ekonomi melalui pendapatan sektor pariwisata, pemerintah Korea meyakini dirinya akan lebih berdaulat dalam konteks politik keamanan dari negara-negara tradisional seperti Tiongkok dan AS.

Tabel 2. Ranking 10 Teratas Mitra Perdagangan Korea Selatan

Ranking	Negara/ Mitra	Volume Ekspor (\$)
1	Tiongkok	137,140,475,711
2	Amerika Serikat	70,130,052,444
3	Hong Kong	30,420,918,784
4	Vietnam	27,773,261,473
5	Jepang	25,596,215,333
6	Singapura	15,022,312,818
7	India	12,031,152,043
8	Meksiko	10,892,170,096
9	Australia	10,838,817,996
10	Arab Saudi	9,482,221,709

Sumber: GlobalEDGE [35].

4. KESIMPULAN

Hallyu wave yang mengemuka sebagai budaya Korea seperti K-Pop, drama Korea, fashion, dan kuliner menjadikan negara ginseng tersebut pusat perhatian di Asia dan beberapa kawasan di dunia. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta percepatan mobilitas penduduk dunia, membuat Korea memanfaatkan peluang globalisasi untuk menguatkan nilai-nilai budaya dan produk budayanya sebagai upaya menarik investasi dan memperluas pasar pariwisata dalam negeri. Negara-negara yang berpenduduk mayoritas Muslim seperti Indonesia dan Malaysia terdampak dari Korean Wave pada semua aspek kehidupan masyarakat termasuk industri fesyen, industri perfilman, dan industri makanan. Ditambah dengan citra negara ramah muslim, mendorong kemajuan pariwisata Korea Selatan yang seiring dengan meningkatnya pendapatan nasional.

Secara politik, Korea Selatan berpeluang memperkuat kerjasama dengan mitra perdagangan non-tradisional untuk mengimbangi ketergantungan ekonomi terhadap negara-negara besar seperti Tiongkok dan AS. Selain itu, trend pariwisata halal Korea Selatan mampu menjadi instrumen kebijakan yang diharapkan melindungi masyarakat dan keamanan nasional dari tindakan terorisme.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] UNESCO. n.d. Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe [Internet]. UNESCO Regional Bureau for Science and Culture in Europe (BRESCE). [cited 29 August 2017]. Available from: http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf/Introduction_Sustainable_Tourism.pdf
- [2] UNWTO. 2016. Why Tourism? [Internet]. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). [cited 29 August 2017]. Available from: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- [4] Hong Kong Education Bureau. Introduction to Tourism [Internet]. 2017 [cited 20 October 2016]. Available from: http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism_English_19_June.pdf
- [5] Islamic Council of Victoria. What is Halal? A Guide for non Muslims [Internet]. 2010 [cited 22 October 2016]. Available from: <http://www.icv.org.au/icvdocs/whatishalal.pdf>
- [8] Arby I. 2017. Apa itu wisata Syariah atau Halal Tourism? [Internet]. Persuasi. Rilis 10 Februari 2017 [cited 30 August 2017]. Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat. Available from: http://muhammadzul.lecture.ub.ac.id/files/2017/02/10.-Wisata_Syariah_Halal_Tourism.pdf
- [9] Kementerian Pariwisata Indonesia (Kemenpar RI). Kompetisi Pariwisata Halal Tingkat Nasional Tahun 2016 [Internet]. Rilis 30 Juni 2016 [cited 30 August 2017]. Kementerian Pariwisata RI. Available from: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=17&id=3208>
- [10] Ibo, Ahmad. "Begini Cara Korea Selatan Manjakan Wisatawan Muslim". Rilis 2 November 2016. Liputan6. [cited 5 September 2017]. Available from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2640621/begini-cara-korea-selatan-manjakan-wisatawan-muslim>
- [11] Nye J. Soft Power. New York: PublicAffairs; 2004.
- [12] Macridis R. Foreign policy in world politics. Englewood Cliffs: Prentice-Hall; 1976.
- [13] Barston R. Modern diplomacy. 3rd ed. Harlow, England: Pearson Longman; 2006.
- [14] Korean Muslim Federation (KMF) - Company Details on ZAWYA MENA Edition [Internet]. Zawya.com. [cited 5 September 2017]. Available from: https://www.zawya.com/mena/en/company/Korean_Muslim_Federation-12620055/
- [15] About – KOREA HALAL [Internet]. Korea Halal. [cited 5 September 2017]. Available from: <http://koreahalal.org/about-us>
- [16] Halal Tourism – KOREA HALAL [Internet]. Korea Halal. [cited 5 September 2017]. Available from: <http://koreahalal.org/category/halal-tourism>
- [17] Yoon M. Korea plans on more 'Muslim friendly' restaurants [Internet]. The Jakarta Post. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from:

- <http://www.thejakartapost.com/travel/2017/03/30/korea-plans-on-more-muslim-friendly-restaurants.html>
- [18] Chung A. Korea to attract 1 mil. Muslim tourists [Internet]. Korea Times. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from: http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2017/03/113_197384.html
- [19] Park M. Korea Steps Towards UAE Halal Food Market [Internet]. Business Korea. 2015 [cited 3 September 2017]. Available from: <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/politics/9571-new-market-korea-steps-towards-uae-halal-food-market>
- [20] Paek S, Ahn-Park Y. Gangwon-do Residents Rally at Provincial Office to Oppose Islam-Friendly Policies [Internet]. Kukmin Daily. 2016 [cited 3 September 2017]. Available from: <http://www.kukmindaily.co.kr/article/view.asp?arcid=0010392773>
- [21] Post T. South Korea opens more Muslim-friendly restaurants [Internet]. The Jakarta Post. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from: <http://www.thejakartapost.com/travel/2017/07/25/south-korea-opens-more-muslim-friendly-restaurants.html>
- [22] News Y. S. Korea seeks local halal certificates to be accepted in UAE, Indonesia [Internet]. Yonhap News Agency. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from: <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2017/03/29/0200000000AEN20170329003900320.html>
- [23] Volodzko D. China's beef with Korea: the link between halal food and THAAD [Internet]. South China Morning Post. 2017 [cited 3 September 2017]. Available from: <http://www.scmp.com/week-asia/society/article/2093192/chinas-beef-korea-link-between-halal-food-and-thaad>
- [24] South Korea Ventures Into the Halal Industry, Starts Off With a Muslim-Friendly Tourism Campaign [Internet]. The International Halal Accreditation Forum. [cited 5 September 2017]. Available from: <http://ihaf.org.ae/2017/05/17/south-korea-ventures-into-the-halal-industry-starts-off-with-a-muslim-friendly-tourism-campaign/>
- [25] Muslim Friendly Restaurants In Korea [Internet]. Korea Tourism Organization Guideline Book. [cited 5 September 2017]. Available from: http://english.visitkorea.or.kr/e_book/access-e/ecatalog_sp3.jsp?cpage=1&Dir=436&catimage=&callmode=
- [26] Korea Welcomes Muslim Tourists. The East Asian country is making a strong push to attract Muslim tourists and visitors. [Internet]. Going Places Magazine. [cited 5 September 2017]. Available from: <http://www.goingplacesmagazine.com/story/korea-welcomes-muslim-tourists>
- [27] Battour M, Ismail M. Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*. 2016;19:150-154. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- [28] Sriprasert P, Chainin O, Rahman H. Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim. *Journal of Advanced Management Science*. 2014:216-219.
- [29] Rahman M. Motivating factors of Islamic Tourist's Destination Loyalty: An Empirical Investigation in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 2014;2(1):63-77.
- [30] Gilpin, Robert. 2009. *Global Political Economy: Understanding the Economic Order*. New Jersey: Princeton University Press. Pp129-130
- [31] Parc J, Moon HC. Korean Dramas and Films: Key Factors for Their International Competitiveness. *Asian Journal of Social Science*. 2013;126-149.
- [32] Revina M. Introduction: Conceptualizing The Korean Wave. *Southeast Review of Asian Studies*. 2009. Dalam Lee SJ. *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 2011;2:85-93.
- [33] Lee JW, Lee KB. Global Competitiveness of Korean Cultural Content: A Case of Drama Industry. *Korean Management Review*. 2007;36(6): 1419–1447. Dalam Parc J, Moon HC.

- Korean Dramas and Films: Key Factors for Their International Competitiveness. Asian Journal of Social Science. 2013;126-149
- [34] Korea Tourism Organization. Statistics of Tourism Receipt and Expenditure [Internet], [cited 24 September 2017]. Available from: https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto?func_name=2
- [35] GlobalEDGE. Website of Michigan State University. Copy right 1994-2017. [Accessed September 20, 2017]. Available on <https://globaledge.msu.edu/countries/south-korea/tradestats>
- [36] Syalaby, Achmad. “Kebijakan Ramah Muslim Korea diprotes”. Republika Online. [Accessed 20 September 2017]. Available on <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/16/03/21/o4d9kw394-kebijakan-ramah-muslim-korea-diprotes>.